

PERANCANGAN VISUAL CORPORATE IDENTITY LAMPU KOTA CAFE SURABAYA

Zainur Rusydi

Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Surabaya
zainurrusydi@gmail.com

Hendro Ariyanto, S.sn , M.Si

hdraw_realism@yahoo.com

Abstrak

Identitas grafik yang membentuk suatu image sangat diperlukan oleh perusahaan-perusahaan untuk tetap menarik perhatian pelanggan atau pembeli dalam pasar yang sarat dengan persaingan-persaingan ini. Terlebih lagi di era globalisasi yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi diberbagai belahan dunia sehingga sangatlah diperlukan diciptakannya suatu image untuk melambangkan identitas perusahaan agar tetap bisa bertahan dan survive. Masalah yang akan dikaji dalam penelitian dan perancangan ini adalah: Bagaimana konsep perancangan corporate identity Lampu Kota Cafe, bagaimana perancangan corporate identity Lampu Kota Café. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif melalui beberapa cara yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah, analisis SWOT (*strenght, wekaness, opportunity, treath*) dan USP (*unique selling propotion*). Bentuk perancangan desain grafis Corporate Identity Lampu Kota Cafe dibuat dengan tema, "Simple dan Klasik". Alasan pemilihan tema "Simple & Klasik (Vintage)" dipilih karena ini adalah identitas Lampu kota yang pertama. Maksudnya, desain yang simpel memungkinkan konsumen akan langsung tertuju bahwa apa yang mereka lihat, apa yang mereka dapat dari lampu kota cafe adalah merupakan identitas cafe.

Abstract

The identities of graphic that forms an image is be needed for the companies to stay still get attention for the costumers or buyers in kind of market loaded with these competition. Moreover in the era of globalization which probably widespread in terms of delivery the information in every the whole word until it is very needed to create an image to symbolized the identity of company in order to stay still hold on and survive. The discussion of problems and design in this study is: How the concept of planner corporate identity of Lampu Kota Café, how the planner of corporate identity of Lampu Kota Café. The methodology that used in this study is qualitative identity which used some interview, observations, and documentations. The technic analysis data that used in this study are analysis of SWOT (strength, weakness, opportunity, and treat). Graphic design form Corporate Identity Lampu Kota Cafe made by the theme, "Simple and Classic". The reason for choosing the theme "Simple & Classical (Vintage)" because it is the first Lampu Kota identity. It's mean that it is a simple design which allows consumers and it will immediately fix that what they see, what they get from the Lampu Kota cafe is a cafe's identity.

PENDAHULUAN

Identitas grafik yang membentuk suatu image sangat diperlukan oleh perusahaan-perusahaan untuk tetap menarik perhatian pelanggan atau pembeli dalam pasar yang sarat dengan persaingan-persaingan ini. Terlebih lagi di era globalisasi yang memungkinkan meluasnya penyampaian informasi diberbagai belahan dunia sehingga sangatlah diperlukan diciptakannya suatu image untuk melambangkan identitas perusahaan agar tetap bisa bertahan dan survive dalam persaingan yang semakin keras ini.

Hampir tidak ada produk yang merupakan pemain tunggal di pasar yang sangat padat dengan persaingan ini. Perkembangan pasar yang sangat dinamik menarik banyak perusahaan besar atau berkecimpung di sebuah bidang usaha yang sama. Dengan demikian banyak perusahaan yang bersaing untuk memperebutkan perhatian dari pelanggan atau

target market mereka. Image suatu perusahaan sangatlah penting dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan menarik perhatian konsumennya. Sebuah identitas grafik yang menonjol serta unik diperlukan sebagai pengenalan suatu produk atau perusahaan. Image grafis tersebut berguna sebagai sarana untuk melakukan promosi, menyampaikan visi dan misi, menggambarkan filosofi dari organisasi atau perusahaan, agar mudah diingat oleh masyarakat dan memberikan citra positif kepada masyarakat

Lampu Kota Cafe, Didirikan oleh lima orang Brilyan Rizki, Fuad, Mamed, dan Augas, dan Stevanus pada tanggal 3 Desember 2014. Cafe yang bertempat di jl. Ngagel 127 B (depan hotel Malibu), Surabaya. Maka dari itu dibutuhkan sebuah citra atau image atau sebuah identitas grafik yang menonjol serta unik untuk memperebutkan perhatian dari pelanggan atau target market mereka.

Hampir tidak ada kekurangan dalam segi pelayanan yang ditawarkan. Hanya saja penulis selama mengunjungi dan melakukan penelitian di Lampu Kota Cafe masih merasakan adanya sesuatu yang kurang dari suatu badan usaha yang baru berumur kurang lebih 3 tahun ini. Tidak adanya keseragaman atau identitas yang terbentuk. Misal pegawai yang tidak mengenakan tanda pengenal yang sama atau suatu identitas yang sama dengan pegawai lainnya, gelas yg tidak memiliki ciri khas atau logo cafe tersebut dan stationery set yang belum tersedia.

Saat ini Lampu Kota Cafe Surabaya sudah melakukan promosi melalui media sosial berupa instagram, untuk itu perlu dilakukan lagi promosi yang berguna untuk membentuk citra atau identitas Lampu Kota menggunakan media lain sebagai pendamping yang lebih efektif yaitu corporate identity, sehingga diharapkan bisa meningkatkan citra Lampu Kota Cafe Surabaya serta memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa Lampu Kota Cafe tidak hanya sebuah cafe, tetapi juga memiliki beberapa keunggulan lain. Untuk itu cafe yang baru berdiri pada tahun 2014 lalu ini perlu membuat corporate identity yang menunjukkan eksistensi suatu badan usaha yang dalam hal ini Lampu Kota Cafe Surabaya

Corporate identity sebagai salah satu media promosi perusahaan atau suatu badan usaha, memiliki peran penting dalam memberikan pencitraan suatu perusahaan atau lembaga, sebab melalui corporate identity dapat lebih lengkap menjelaskan identitas lembaga atau badan usaha. Melalui perancangan visual corporate identity yang baik dan tepat sasaran, diharapkan Lampu Kota Cafe dapat lebih luas memperkenalkan diri kepada individu, masyarakat, maupun memperkenalkan diri di wilayah Surabaya dan sekitarnya.

Yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah:

1. Mendeskripsikan konsep perancangan corporate identity Lampu Kota Cafe Surabaya
2. Merancang karya desain corporate identity Lampu Kota Cafe Surabaya

METODE

Penelitian dilaksanakan di Lampu Kota Cafe Surabaya yang beralamatkan di Jln. Ngagel 127 B. Lokasi depan Hotel Malibu. Terdapat tiga sumber data yang digunakan yakni (1) sumber data berupa lisan dan tindakan, yakni berupa wawancara dengan salah satu pemilik Lampu Kota Cafe (2) sumber data tertulis yakni arsip Lampu Kota Cafe, *website* atau akun promosi berupa Instagram terkait Lampu Kota Cafe, dan (3) kelengkapan sumber data berupa dokumentasi baik itu berupa sarana prasarana, aktifitas di dalam cafe ataupun karyawan.

Terdapat tiga teknik pengumpulan data yang digunakan yakni teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yakni teknik USP (*Unique Selling Promotion*) dengan menonjolkan keunikan Lampu Kota dibandingkan dengan cafe pesaing. Dan menggunakan teknik SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat).

Langkah-langkah perancangan yang digunakan terdiri dari empat langkah, yakni (1) perumusan masalah, yakni berkaitan dengan tujuan perancangan desain Corporate Identity Lampu Kota Cafe, (2) pengumpulan data demi mempermudah penemuan ide dan konsep, (3) analisis data, yakni menganalisa semua data yang telah masuk sehingga dapat diperoleh langkah-langkah munculnya konsep desain yang akan dibuat dengan menyimpulkan semua informasi yang telah dikumpulkan, (4) tahap perancangan, yakni menentukan konsep, merancang visualisasi karya, revisi desain, dan final produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data

Analisis SWOT

1. Keunggulan (*Strength*) yang dimiliki oleh Lampu Kota Cafe adalah mereka memiliki barista dan waitress yang enak dan friendly diajak ngobrol. Pelayanan yang ramah dan komunikatif kepada pelanggan. Jika dibandingkan dengan cafe atau badan usaha yg sejenis, para pegawai hanya menjalankan SOP atau *Standard Operating Procedure* yang sudah ada seperti menanyakan menu, membuat menu, sampai menyajikan menu. Berbeda dengan pegawai yang ada di Lampu Kota Cafe. Disamping tempat yang nyaman Lampu Kota cafe juga terdapat Live Music. Menurut owner, Live Music lah yang membawa massa paling banyak. Sisa dengan banyak varian rasa juga menjadi keunggulan tersendiri dari cafe yang menyediakan layanan serupa. Harga sisa yang ditawarkan pun masih cukup murah, senada dengan varian menu yang bervariasi dengan harga yang terjangkau. Lokasi juga menentukan baik tidaknya suatu usaha untuk berkembang. Lampu Kota cafe berada pada akses utama menuju MARVEL CITY dan hotel MALIBU sehingga memberikan peluang yang baik bagi perkembangan Lampu Kota Cafe untuk kedepannya.

2. Kelemahan (*Weakness*) yang ada pada Lampu Kota Cafe adalah tempat yang tidak terlalu luas. "misal kita pengunjung lagi membludak, trus datang lagi, seperti membuang-buang pelanggan" pungkas Brily selaku salah satu pemilik cafe. Perluasan tempat sudah ada dalam rencana Lampu kota Cafe untuk lebih mengembangkan usahanya.

3. Peluang (*Opportunity*) yang dimiliki Lampu Kota Cafe adalah usianya yang masih terbilang muda untuk sebuah cafe. Di usianya yang masih muda, Lampu Kota Cafe sudah mendapatkan tawaran bekerja sama dengan sebuah perusahaan besar. Adalah Gudang Garam Pro Mild yang bekerja sama dengan Lampu Kota Cafe. Gudang Garam menitipkan beberapa produk dan beberapa identitas perusahaan. Dari usia yang masih muda pula Lampu Kota Cafe masih bisa melakukan beberapa penyempurnaan baik itu dari segi pelayanan, tempat, menu, sisa dan live music agar lampu kota menjadi sebuah badan usaha yang lebih baik dan dikenal banyak masyarakat.

4. Ancaman (*threat*) yang dimiliki oleh Lampu Kota cafe adalah munculnya cafe dengan latar tempat, harga, dan layanan yang mungkin sama dan bahkan lebih baik dari Lampu Kota Cafe

USP (Unique Selling Proposition)

Lampu Kota Cafe mempunyai fasilitas yang kurang lebih sama dengan badan usaha yang serupa. Keunikan Cafe ini adalah barista dan waitress nya yang enak diajak ngobrol. Ramah dan komunikatif pada pelanggan. Kenyamanan yang utama. Selain beberapa hal diatas ada satu lagi keunikan yang dimiliki Lampu Kota Cafe adalah live music. Menurut pemilik, live musiclah yang membawa massa paling banyak

Identifikasi Data

Logo dan Slogan Lampu Kota Cafe

Logo merupakan bagian utama dalam Branding. Logo adalah sebuah simbol atau lambang yang menggambarkan ciri dari barang, lembaga perusahaan, instansi, website, ataupun blog. Sebuah logo dikatakan baik jika orang yang melihat akan langsung menghubungkan dengan produk tersebut. Itulah mengapa logo dirancang kuat dan di desain secara bertahap agar dapat mengkomunikasikan merk dengan baik. Logo juga merupakan salah satu cara perusahaan dikenal dan dibedakan dengan perusahaan lain. Adapun logo Lampu Kota Cafe Surabaya dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1
Logo Lampu Kota

Slogan sekaligus menjadi visi dari Lampu Kota Cafe adalah "CHILL AND ENJOY" yang berarti bersantai dan menikmati semua layanan Lampu Kota Cafe.

Makna dari logo Lampu Kota Cafe. Logo Lampu Kota terdiri dari beberapa unsur diantaranya: objek lampu kota memiliki arti jam operasional Lampu Kota Cafe dimana pada umumnya lampu kota menyala pada malam hari. Dilihat dari aspek psikologis, dari jaman dahulu manusia cenderung mencari penerangan atau sumber cahaya sebagai tempat berkumpul. Unsur yang kedua yaitu lingkaran yang memiliki makna matahari senja. Sejalan dengan makna lampu kota seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Objek lingkaran, Lingkaran tidak memiliki awalan dan akhiran. Lingkaran mewakili kekekalan dan dalam setiap budaya biasanya mewakili bentuk matahari, bulan, alam semesta dan objek angkasa lainnya. Lingkaran menawarkan keamanan dan koneksi. Lingkaran menunjukkan komunitas, integritas dan kesempurnaan.

Lingkaran tidak terlalu umum digunakan dalam desain. Namun lingkaran dapat digunakan untuk menarik perhatian, memberikan penekanan dan mengatur hal-hal agar tetap terpisah. Makna warna coklat sendiri seperti diketahui dari keterangan pemilik café adalah hanya untuk mencocokkan dengan nuansa atau suasana café yang dominan coklat dan ornament kayu-kayu.

Karakter Konsumen Sasaran

Aspek demografis meliputi jenis kelamin pria dan wanita dengan usia 18-40 tahun dan berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa serta pegawai negeri dan swasta. Menurut informasi yang diberikan oleh pemilik cafe, pengunjung terbanyak dari kalangan pelajar SMA dan Mahasiswa. Pegawai negeri maupun swasta kurang begitu banyak kecuali weekend.

Aspek psikografis meliputi kegiatan diluar pekerjaan. Target konsumen adalah sosialita atau anak muda penggemar nongkrong. Sedangkan untuk hobi sendiri adalah music, dll.

Aspek geografis sasaran utamanya adalah masyarakat yang tinggal di Surabaya dan sekitarnya

Konsep Perancangan

Konsep Komunikasi Corporate Identity

1. Tujuan Komunikasi Corporate Identity

Perancangan media corporate identity ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat Khususnya Surabaya agar paham dan mengetahui Lampu Kota Cafe berada serta memberikan informasi produk dan layanan dari Cafe tersebut.

2. Strategi Komunikasi Corporate Identity

Dalam perancangan media Corporate Identity Lampu Kota Cafe ini, penulis memberikan informasi tentang layanan dan produk Lampu Kota Cafe pada umumnya secara singkat dan mudah dipahami. Serta nantinya akan ditampilkan bentuk bangunan asli Cafe yang berguna untuk memberikan pesan visual kepada konsumen tentang lokasi keberadaan Lampu Kota Cafe.

Konsep Kreatif/Desain

Berdasarkan hasil analisis data dan uraian konsep perancangan maka peneliti menentukan konsep kreatif desain sebagai berikut:

1. Tujuan kreatif

Tujuan kreatif dari desain corporate identity yang akan dibuat meliputi:

- a) Memberikan informasi kepada masyarakat tentang lokasi keberadaan Lampu Kota Cafe serta memberikan informasi tentang layanan yang disediakan di lampu kota cafe yang kesemuanya akan dibubuhkan pada kartu nama. Serta memberikan identitas yang baru kepada lampu kota cafe yang sebelumnya belum terbentuk yang nantinya akan diterapkan pada stationery set.

b) Menciptakan media corporate identity dengan pesan visual dan verbal yang mudah dipahami yang disesuaikan dengan karakteristik konsumen

2. Strategi kreatif

a) Tema desain

Tema yang digunakan dalam media corporate identity Lampu Kota Cafe ini adalah "Simple & Klasik". Tema pokok ini diterapkan pada setiap media dalam pengaplikasiannya.

b) Alasan pemilihan tema desain

Alasan pemilihan tema "Simple & Klasik (Vintage)" dipilih karena ini adalah identitas Lampu kota yang pertama. Jadi sebisa mungkin harus langsung pada tujuan yang ingin disampaikan. Maksudnya, desain yang simpel memungkinkan konsumen akan langsung tertuju bahwa apa yang mereka lihat, apa yang mereka dapat dari lampu kota cafe adalah merupakan identitas cafe. Klasik (vintage) disini penulis mengacu pada bentuk font yang terdapat pada logo Lampu Kota. Dengan adanya font yang menimbulkan kesan klasik, maka penulis menambahkan beberapa ornamen tambahan untuk semakin memperkuat kesan klasiknya. Sebutan Vintage adalah mode tahun 20-an sampai 60-an, sedangkan Retro adalah untuk sebutan mode yang populer di tahun 70-an sampai 90-an. Intinya Vintage dan Retro style tetap sama. Sama-sama oldstyle. Sesuatu yang usang dan tak lekang oleh waktu tepatnya di makan jaman, selalu muncul di setiap tahunnya.

c) Pesan Verbal

Pesan verbal pada Corporate Identity ini menggunakan headline "Simple dan Klasik (Vintage)". Desain pada masing-masing media corporate identity ini menggunakan dominasi warna hitam dan putih, coklat pada desain amplop. Sesuai dengan tema yang dipilih yaitu simple dan klasik. Makna warna hitam dan putih sendiri seperti dikutip dari buku "Mendesain Logo" karya Surianto Rustan adalah: hitam yang berarti klasik, kekuatan, formal, elegan, kesatuan dan profesional. Sedangkan putih memiliki makna simpel, masa muda, cahaya, dan harapan. Sesuai dengan tema yang penulis bawa.

d) Pesan visual

Pesan visual Corporate identity menggunakan ilustrasi foto infrastruktur utamanya bagian depan cafe agar para konsumen tau bagaimana tampak depan cafe tersebut. Itu penulis terapkan pada kartu nama Cafe. Kemudian penempatan logo pada setiap stationer set dan merchandise agar semakin kuat identitas pada cafe tersebut. Kemudian visual untuk stationery set dan merchandise dibuat dominan berwarna hitam dan putih sebagai pengaplikasian dari konsep yang telah ditentukan.

Visualisasi Karya

Sebelum masuk pada desain media corporate identity, ada desain yang dirubah pada desain logo. Penulis melakukan perubahan kecil pada logo Lampu Kota Cafe. Tujuannya selain untuk mencocokkan dengan tema yang dibawa, juga untuk menambah kesan rapi dan modern pada logo Lampu Kota Cafe, tetapi tidak merubah makna awal logo tersebut.

Alasan penulis merubah logo dikarenakan pada logo sebelumnya logo Lampu Kota Cafe berkesan ramai, dempet, dan tingkat keterbacaan (*Legibility*) kurang. Perubahan disini penulis hanya memindahkan logotype "Lampu Kota" berada pada posisi dibawah logogram Lampu Kota. Berikut bentuk logo setelah mengalami revisi:



Gambar 2
Logo Awal Lampu Kota Cafe



Gambar 3
Logo Revisi Lampu Kota Cafe

Desain media Corporate Identity yang akan dibuat antara lain : Amplop, Kartu Nama, Mug, Pin, Sticker, Struk Harga, Stampel, Goody Bag

Amplop

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : 28 x 12

Bahan : Samson

Teknik : sablon



Gambar 4
Desain Amplop

Deskripsi desain Amplop

Warna basic amplop menggunakan warna kebanyakan amplop resmi yang biasa digunakan di masyarakat yaitu warna coklat muda. Nama Lampu Kota Café menggunakan font Aldine. Menggunakan ilustrasi logo café pada pojok kiri atas, yang diharapkan agar penerima surat mengetahui secara langsung dari lembaga usaha apa surat itu dikirim. Baseline Jl. Ngagel 127b (in front of Malibu Hotel) – Surabaya

menggunakan font Tw Cen MT MT ukuran 16 pt. Logo, nama cafe, dan baseline menggunakan komposisi warna yang sama yaitu hitam (C:72 M:67 Y:66 K:80).

Kartu Nama

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : 5,7 x 8,9 cm

Bahan : art paper, gramature 230gsm, laminasi doff

Teknik : Cetak



Gambar 5
Desain Kartu Nama

Deskripsi Desain Kartu Nama

Warna dasar kartu nama tampak depan menggunakan warna hitam dengan rincian warna sebagai berikut (C:0 M:0 Y:0 K:100). Ilustrasi menggunakan logo cafe dan Font "Lampu Kota" dibuat menggunakan aplikasi Corel Draw hasil cetakan font custom asli dari Lampu Kota Cafe.

Desain kartu nama tampak belakang menggunakan warna background yang sama dengan warna bagian depan, dengan ditambahkan foto suasana tampak depan cafe. Tujuannya agar penerima atau pemegang kartu nama mengetahui sekilas penampakan tentang Lampu Kota Cafe. Di bagian tengah ditambahkan logo cafe sebagai refleksi dari logo cafe tampak depan. Tujuannya selain estetika adalah sebagai pengisi ruang agar tidak berisi satu garis lurus antara background dengan ilustrasi cafe. Beberapa informasi juga ditambahkan seperti alamat, jam buka, *instagram*, dan dan layanan apa saja yang bisa pengunjung nikmati (selain memesan makanan dan minuman). Informasi disini menggunakan font Century Gothic dengan ukuran 7,036pt. Menggunakan warna putih (C:0 M:0 Y:0 K:0)

Mug

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : tinggi 10cm, lingkaran 23cm

Bahan : keramik

Teknik : sublimasi



Gambar 6
Desain Mug

Deskripsi Desain Mug

Sesuai dengan tema yang diangkat oleh penulis, yaitu Simple dan klasik. Penulis hanya menempatkan Logo dan Nama cafe pada Mug sebagai salah satu media corporate identity. Simple, maksudnya tidak terlalu banyak ornamen atau gambar. Langsung kepada inti. Alasan pemilihan tema "Simple & Klasik (Vintage)" dipilih karena ini adalah identitas Lampu kota yang pertama. Jadi sebisa mungkin harus langsung pada tujuan yang ingin disampaikan. Maksudnya, desain yang simpel memungkinkan konsumen akan langsung tertuju bahwa apa yang mereka lihat, apa yang mereka dapat dari lampu kota cafe adalah merupakan identitas cafe.

Warna yang digunakan pada media kali ini penulis membatasi pada penggunaan 2 warna saja, yaitu warna hitam dan putih. Jika gelas berwarna hitam, maka logo dan nama cafe berwarna putih. Begitu juga sebaliknya. Jika gelas berwarna putih, pengguna logo dan nama cafe menggunakan warna hitam

Pin

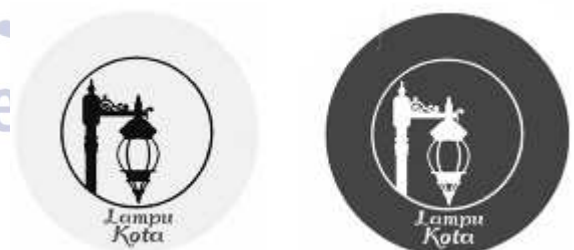
Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : diameter 4,4 cm

Bahan : incjet paper 120 gsm, laminasi tekstur

Teknik : press



Gambar 7
Desain Pin

Deskripsi Desain Pin

Penulis disini mendesain Pin membatasi background warna pin menjadi 2 warna, yaitu warna putih dan Hitam. Penempatan Logo cafe di tengah dan font "Lampu Kota" di bagian bawah. Sama halnya pada desain gelas, jika background menggunakan warna putih, maka logo serta nama cafe menggunakan warna

hitam. Begitu juga sebaliknya. Diameter pin yang digunakan berukuran 4,4cm. Jarak pada pinggiran logo dengan pinggiran pin sekitar 1 cm.

Sticker

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : 10 cm x 6 xm.

Bahan : kertas bontax 100gsm, laminasi glossy

Teknik : print laser



Gambar 8
Desain Sticker

Deskripsi desain Sticker

Pada desain sticker yang ke dua penulis terinspirasi oleh penanda lokasi pada Aplikasi Google Map. Penggunaan logo tersebut menunjukkan bahwa pengunjung sedang atau pernah berada pada lokasi tertentu (dalam hal ini "Lampu Kota Cafe"). Penggunaan kalimat "lagi disini, di lampu kota" adalah respon atau jawaban dari pertanyaan yang sering muncul saat orang menanyakan satu lokasi.

Struk Harga / Nota Pembelian

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : 11cm x 19,5cm

Bahan : NCR 70gram

Teknik : laser



Gambar 9

Desain Struk Harga / Nota Pembelian

Deskripsi desain Struk Harga / Nota Pembelian

Pada awalnya, struk harga yang digunakan oleh Lampu Kota adalah struk harga biasa digunakan oleh kebanyakan toko. Hanya berisikan kolom, tidak ada tambahan informasi di dalamnya dan tidak menunjukkan identitas badan usaha tersebut. Dalam perancangan kali ini semoga bisa memperkuat identitas Lampu Kota Cafe untuk kedepannya.

Judul "Lampu Kota Cafe" menggunakan font Bromelo dengan ukuran font 20pt. Keterangan seperti alamat, jam operasional, tanggal pembelian serta nama pemesan menggunakan font Tw Cen MT dengan ukuran font 10pt. Peletakan Logo badan usaha di pojok kiri atas dan pada bagian tengah (dengan efek transparent) bertujuan untuk memperkuat identitas badan usaha tersebut. Pada baseline berisi slogan Lampu Kota yaitu "Chill and Enjoy With Us".

Stempel

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : diameter 4,5 cm

Bahan : kayu, rubber



Gambar 10

Desain Stempel

Deskripsi desain Stempel

Sesuai dengan tema yang diangkat oleh penulis, yaitu Simple dan klasik. Simple disini tidak menggunakan banyak ornamen, sedangkan klasik identik dengan

karya-karya artline atau garis. Pada perancangan desain stempel kali ini penulis merancang dengan gaya Artline atau hanya berupa garis. Bagian hitam ini nantinya akan berupa bagian positif, bagian yang akan timbul pada saat proses jadi. Artinya bagian itu nantinya yang akan terkena tinta

Goody Bag

Spesifikasi

Rancangan produksi

Ukuran : 31cm

Bahan : spun bond

Teknik : sablon



Gambar 11
Desain Goody Bag

Deskripsi Desain Goody Bag

Pada desain awal goody bag, penulis hanya menempatkan logo dan nama badan usaha. Akan tetapi penulis merasa pada desain tersebut terlalu sepi dan masih banyak ruangan yang kosong. Kemudian penulis menambahkan ilustrasi berupa gelas minuman. Ditengah-tengah penulis meletakkan logo dan nama cafe. Pada bagian bawah terdapat slogan perusahaan yaitu "chill and enjoy with us" dengan menggunakan font Aldine. Kesan simpel didapat dari 3 hal yang dibawa oleh penulis yaitu: ilustrasi gelas, logo dan nama perusahaan, slogan perusahaan. Hanya tiga hal tersebut dan tidak ada ornamen tambahan yang dibawa. Kesan klasik (vintage) didapat dari logo berupa lampu kota klasik, font handwriting pada nama perusahaan dan pada slogan perusahaan

PENUTUP

Simpulan

Secara keseluruhan kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan Corporate Identity Lampu Kota Cafe adalah :

1. Media yang dapat membantu memperkuat identitas Lampu Kota Cafe yaitu dengan dibuat perancangan desain grafis yang berupa Corporate Identity. Memiliki peran penting dalam

memberikan pencitraan identitas suatu perusahaan atau badan usaha, sebab melalui corporate identity dapat lebih jelas menunjukkan identitas suatu badan usaha. Melalui perancangan Corporate Identity yang baik dan benar diharapkan Lampu Kota Cafe dapat lebih luas menunjukkan identitas dan ciri khas yang dimilikinya kepada konsumen maupun perusahaan/rekan kerja di wilayah Surabaya dan sekitarnya

2. Bentuk perancangan desain grafis Corporate Identity Lampu Kota Cafe dibuat dengan tema, "Simple dan Klasik". Visualisasi karya desain grafis ini menggunakan media computer grafis. Tema "Simple dan Klasik", Alasan pemilihan tema "Simple & Klasik (Vintage)" dipilih karena ini adalah identitas Lampu kota yang pertama. Jadi sebisa mungkin harus langsung pada tujuan yang ingin disampaikan. Maksudnya, desain yang simpel memungkinkan konsumen akan langsung tertuju bahwa apa yang mereka lihat, apa yang mereka dapat dari lampu kota cafe adalah merupakan identitas cafe.
3. Desain pada masing-masing media corporate identity ini menggunakan dominasi warna hitam dan putih, coklat pada desain amplop. Sesuai dengan tema yang dipilih yaitu simple dan klasik. Makna warna hitam dan putih sendiri seperti dikutip dari buku "Mendesain Logo" karya Surianto Rustan adalah: hitam yang berarti klasik, kekuatan, formal, elegan, kesatuan dan profesional. Sedangkan putih memiliki makna simpel, masa muda, cahaya, dan harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rustan, Surianto, S,sn. 2009. *Layout Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Rustan, Surianto. 2009. *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama